Basel, den 8. Februar 1936 XXXVI. Jahrgang / No. 6

Schweiz. Konsum-Verein

Organ des Verbandes schweiz. Konsumvereine (V.S.K.) Basel

Erscheint wöchentlich 8-16 Seiten stark. Abonnementspreis: Fr. 10.— per Jahr, Fr. 5.50 per sechs Monate, ins Ausland unter Kreuzband Fr. 20.— per Jahr.



Redaktion: Dr. WALTER RUF
Verantwortlich für Druck u. Herausgabe: Verband schweiz. Konsumvereine (V.S.K) Basel, Tellstrasse 62/64.

Arbeitslos . . .

«Wir Schweizer stehen auch in einem heissen Kampfe. Der Gegner, mit dem wir es zu tun haben, ist zähe, grimmig, grausam, erbarmungslos. Seine unheimliche Macht ist im Wachsen begriffen. Er hat schon viele, viele Tausende ins Elend gestürzt, er droht noch viele, viele Tausende zu erschlagen. Hoffnungslosigkeit und Verzweiflung ist die Ernte, die er einbringt. Uns alle stösst er an den Rand des Verderbens. Wird der Abgrund uns verschlingen?

Dieser Gegner, dieser furchtbare Feind ist die Arbeitslosigkeit in unserem kleinen Land, die bereits 100,000 Brüder und Schwestern erfasst hat.

Wer kann, weil es ihm selber noch gut oder ordentlich geht, daran vorbeisehen? Wer wagt im molligen Winkel sich in Gemütlichkeit unbelastet einzuspinnen, während die Notschreie der schwer leidenden Brüder durchs Land gellen?

Diejenigen, die dem unbarmherzigen Feinde mit seinen furchtbaren Waffen wirklich ins Antlitz blicken und nicht feige die Augen von ihm abwenden, täuschen sich nicht über seine Verderbensgewalt. Es ist schon oft gesagt worden, ebenso gross wie die materielle Not der Arbeitslosen sei ihre geistige, ihre seelische, ihre moralische Not. Man kann diese Tatsache nicht laut und nicht oft genug zum Ausdruck bringen. Man sollte mit dieser Aufschrift allerorten die Wände überkleben.

Das Gebot der Stunde, das jetzt an uns alle mit stürmender Gewalt ergeht, heisst, persönliche Opfer bringen! Opfer im Drang gütiger, erbarmender Herzen. Nicht mehr zusehen und warten!

*

Weisst du übrigens, du unbekümmertes, gesichertes, des auskömmlichen Brotes sich erfreuendes Menschenkind, ob nicht morgen oder übermorgen der grimme Feind auch dich aus deiner gemütlichen Behausung verjagen wird?

Johannes Sutz in der «Zürichseezeitung».

Worauf es ankommt!

Gewiss bleiben auch die Konsumgenossenschaften von den Einflüssen allgemeiner Wirtschaftsentwicklung nicht unberührt. Aber doch weit stärker als diese Einflüsse ist der Einfluss des Wertes der die Genossenschaft tragenden und in ihr schaffenden Persönlichkeit jedes einzelnen auf das Geschick der Verbraucherorganisationen zu bemessen. Die Persönlichkeit steht im Mittelpunkt konsumgenossenschaftlichen Geschehens und bestimmt es entscheidend.

Wissen wir von den geschichtlichen Anfängen der Konsumgenossenschaften, dann vermögen wir auch die Gründe zu nennen, warum so manche Bemühung in jenen Anfangsstadien um den genossenschaftlich-wirtschaftlichen Zusammenschluss der Verbraucher erfolglos bleiben musste. Wir wissen aber auch, warum anderseits das zu gleichem Zweck unternommene Werk der als «Väter» der Konsumgenossenschaften in die Geschichte eingegangenen achtundzwanzig Rochdaler Flanellweber mit dem unsere Bewunderung verdienenden Erfolg gekrönt wurde. — Dort war es Ungenossenschaftlichkeit, hier hingegen der Einsatz der Persönlichkeit jedes Beteiligten, der restlose Einsatz genossenschaftlichen Willens und genossenschaftlicher Tatkraft, verbunden mit der genossenschaftlichen, unerlässlichen Ueberzeugung, der opferfreudigen Hingabe, der Liebe zum genossenschaftlichen Wirken.

Wie ehedem, so blieb es auch förderhin, blieb es gültige Wahrheit auch im Laufe der folgenden vielen Jahrzehnte, dass die genossenschaftlichen Belange der Verbraucher sich nur dort über manche zeitgeschichtlichen Wirrnisse hinweg behaupten konnten, wo es an der Hingabe jedes einzelnen Beteiligten an die Gemeinschaft nicht gebrach. Und so wird es auch künftig sein. Genossenschaftlich denken und, dieses vor allem, genossenschaftlich handeln, kurz, Genossenschafter sein, ist das Gebot, das uns in der Genossenschaft Tätigen auch hier nicht minder als den Genossenschaftsmitgliedern das Prinzip der wirtschaftlichen Solidarität auferlegt.

Es ist genossenschaftliche Arbeit, die zu verrichten wir alle berufen sind. Sie ist nicht Arbeit schlechthin, die allein um ihrer selbst willen getan wird. Und darum ist mit der rein äusserlichen Erfüllung unserer beruflichen Arbeit bei noch so umfangreichen praktischen Fertigkeiten allein unsere Aufgabe nicht erfüllt. Man hüte sich davor, die Konsumgenossenschaft als nur einen Betrieb zu werten, dessen Erhaltung und Gedeihen man nach blossen kaufmännischen Rechenbeispielen bestimmen möchte! Mit seiner ganzen Persönlichkeit sich für das Wohl und Wehe der Verbraucherorganisationen einsetzen, heisst nicht, auf die nur rein äusserliche Existenzsicherung und Förderung der konsumgenossenschaftlichen Betriebe bedacht sein, heisst nicht, sich nur um die Sicherung des Arbeitsplatzes und der Verdienstmöglichkeiten bemühen. Seine ganze Persönlichkeit einsetzen, das heisst, im gleichen Verantwortungsbewusstsein gegenüber der Gemeinschaft, in gleicher treuer Hingabe zur Gemeinschaft, eben mit ganzer Persönlichkeit als Genossenschafter am genossenschaftlichen Werke mitschaffen. Wir dürfen das Prinzip nicht vergessen, das unsere Arbeit erst zur genossenschaftlichen macht und das da heisst, im gemeinschaftlichen Geiste, in gegenseitiger Hilfe, im engen Vertrauensverhältnis untereinander, zwischen allen Mitarbeitern, gleichgültig welcher besonderen Berufsstellung, für die Gemeinschaft schaffen.

Diejenigen, welche das Gebot des ganzen Einsatzes der Persönlichkeit nicht immerdar achten, sind mitschuldig an den schädigenden Rückwirkungen auf die Gemeinschaft, deren Arbeitserfolg und Arbeitsnutzen.

Wir müssen wirken im rechten Geiste, im genossenschaftlichen Geiste, um der Gemeinschaft zu dienen. Das bedenke und befolge ein jeder, der in der Genossenschaft irgend eine Obliegenheit zu erfüllen hat. W.-s.

Die konsumgenossenschaftliche Warenvermittlung in der Beurteilung durch die Preisbildungskommission.[1]

Eines vor allem hat auch die neueste veröffentlichte Untersuchung der Preisbildungskommission des Eidgenössischen Volkswirtschaftsdepartements ergeben: Vorsicht und noch einmal Vorsicht beim Vergleich verschieden gearteter Betriebe. Auf Schritt und Tritt lauern Fehlerquellen, deren Entdeckung jedem aufmerksamen und kritischen Beobachter und vor allem jedem Kenner der oft ausserordentlich schwer durchsichtigen Verhältnisse eine Widerlegung vielleicht mühsam errungener Resultate leicht macht. Privatladen — Migros — Konsumgenossenschaft — drei Betriebsformen, die mehr oder weniger in scharfem Konkurrenzkampfe liegen, die alle drei die Vermittlung von Waren an die Konsumentenschaft zum Zwecke haben, die oft in der gleichen Strasse, in unmittelbarer Nachbarschaft zueinander und wohl nicht selten mit der gleichen Kundschaft ihre Tätigkeit ausüben, und doch — welche Einschränkungen und Vorbehalte müssen bei einem innerbetrieblichen Vergleich z. B. in bezug auf Warensortiment, Arbeitszeit, Zahl der beschäftigten Personen, soziale Funktion des einzelnen Betriebes usw. gemacht werden, Vorbehalte, die von vornherein die Gewinnung einer objektiv richtigen Vergleichsbasis ausserordentlich erschweren. Durch die Herausarbeitung der bestehenden, bei einer volkswirtschaftlichen Wertung der drei Betriebsformen grundsätzlich entscheidenden Unterschiede hat sich die Preisbildungskommission sehr verdient gemacht. Und wohl gerade wegen dieser Verschiedenheiten hat sie sich in erster Linie auf die monographische, sachliche Darstellung des Bestehenden beschränkt und es — mit einigen Ausnahmen — denjenigen, die ihre Veröffentlichungen einem näheren Studium unterziehen, überlassen, die ihnen gutscheinenden Schlüsse zu ziehen.

Man kann sich jedoch mit Recht fragen, ob die Kommission mit dieser Zurückhaltung nicht zu weit gegangen ist. Uns scheint es unmöglich, der konsumgenossenschaftlichen Warenvermittlung gerecht zu werden, ohne auch die sozialen und volkswirtschaftlichen Auswirkungen und Errungenschaften der konsumgenossenschaftlichen Tätigkeit eingehend zu würdigen. Im Hinblick darauf, dass noch eine grundlegende Veröffentlichung über den V. S. K. in Aussicht steht, nehmen wir an, dass die Kommission die Gelegenheit noch ergreifen wird, um den hier angedeuteten allgemeinen Gesichtspunkten die nötige Beachtung zu schenken.

Die vorliegende Studie über den «konsumgenossenschaftlichen Lebensmittelkleinhandel»[2]) ist eine in erster Linie monographische Darstellung einer ganz kleinen Anzahl von Genossenschaften. Sie erhebt also keinen Anspruch auf Allgemeingültigkeit für sämtliche Teile unserer Bewegung. Die Kommission glaubte mit Rücksicht auf die Mannigfaltigkeit der Verhältnisse im Lebensmittelhandel, «dass das mehr stichprobenweise Herausgreifen und dann gründliche allseitige Abwägen der Verhältnisse einzelner genossenschaftlicher Unternehmungstypen[3]) ein wahrheitsgetreueres Bild zu geben vermag. Namentlich die grosse Verschiedenartigkeit des Lebensmittelhandels selbst gleicher — hier eben genossenschaftlicher — Art kommt durch die gewählte Methode besser zum Ausdruck.»

Leider hat die Kommission in einem besonders wichtigen Falle diese Verschiedenartigkeit innerhalb der genossenschaftlichen Warenvermittlung zu wenig beachtet. Da dieser Fall grundsätzlich sehr interessant ist, sei er im folgenden etwas eingehender besprochen: Die Kommission vergleicht die Verkaufsleistungen einer Verkäuferin in der Konsumgenossenschaft X mit den durchschnittlichen Verkaufsleistungen einer Verkäuferin des A. C. V. beider Basel und kommt dabei zu dem in der Tat sehr auffallenden Ergebnis, dass die Verkaufsleistungen in der Konsumgenossenschaft X, die in ländlichen — teilweise industriellen

[1]) Allgemeine Uebersicht über die Veröffentlichung der Preisbildungskommission s. No. 1, 1936, des «Schweiz. Konsum-Verein».

[2])—[3]) Die Einreihung der Konsumgenossenschaften in den Lebensmittelklein handel und in eine bestimmte Kategorie von Unternehmungstypen wird der Eigenart der genossenschaftlichen Betriebsweise und Zielsetzungen nicht gerecht. «Handel» und «Unternehmung» sind zwei Begriffe, die im allgemeinen eine auf Gewinn ausgehende Tätigkeit bezeichnen, während eine Konsumgenossenschaft doch nur den Bedarf ihrer Mitglieder decken will, ohne bei dieser Warenvermittlung Gewinn zu erzielen. Prof. J. Fr. Schär bezeichnete deshalb diese genossenschaftliche Tätigkeit als sozialen Handel. Eine Einschränkung und Erklärung in diesem Sinne wäre bei einer grundlegenden Veröffentlichung über die genossenschaftliche Warenvermittlung im Rahmen des Erwarteten gewesen.

Verhältnissen tätig ist, z. T. bedeutend höher sind. Unter Berücksichtigung des auf die Aushilfen entfallenden Umsatzes und indem man die gelegentliche Mithilfe des Magaziners nicht in Rechnung stellt, beträgt in X die Verkaufsleistung pro Verkaufsperson im Hauptladen Fr. 65,478. Die Verkaufsleistung der festangestellten Verkäuferinnen in den Filialen beträgt Fr. 54,470, resp. 49,810, resp. 47,114. In den Warengeschäften des A. C. V. betrug die Durchschnittsleistung pro Verkaufsperson 1933 44,996. Als Ursache für diesen Unterschied glaubt die Kommission angeben zu dürfen: geringere Ansprüche der Kundschaft in X bezüglich Raschheit und Promptheit der Bedienung; die in X zufolge der Sortiments-Struktur wahrscheinlich etwas grössere Einnahme pro Verkaufshandlung (z. B. Verkauf eines Hemdes oder einer Waschgarnitur); die vielfach sehr kleinen Mengen, die in Basel oft abzugeben sind; die Verkaufskomplikation in Basel infolge des «Zweigeldsystems» und der in Zahlung genommenen französischen Franken- und deutschen Mark-Beträge seitens des A. C. V. und die ständige Kontrolle der Arbeitsleistung im Hauptladen in X durch den im gleichen Hause arbeitenden Verwalter.

Wir fragen: Ist es angängig, eine städtische Genossenschaft mit 250 Filialen mit einem stark ländlichen mit nur 4 Verkaufsstellen; einen Betrieb mit sehr viel untergeordnetem Lehrpersonal mit einem Betrieb, der in der Hauptsache mit selbstverantwortlichen, selbständigen Verkäuferinnen arbeitet; einen Betrieb, dessen für diesen Vergleich in Betracht kommende Läden fast ausschliesslich nur Lebensmittel führen, mit einem Betrieb, in dessen Läden dieselbe Person z. B. Salatöl, Knöpfe, Pullover, Brot, Hühnerweizen, Briketts, Porzellantassen usw. vermittelt; einen Betrieb mit einem Warensortiment von etwa 1000 Artikeln mit einem solchen mit «einigen tausend» (Ausspruch des Verwalters in X) Artikeln zu vergleichen?

Und dann — was im vorliegenden Fall entscheidet — die Arbeitszeit. Selbstverständlich muss sich der Umsatz pro Verkäuferin erhöhen, je länger deren Arbeitszeit und je intensiver deren Arbeitskraft verwendet wird. Wenn man gerade in dieser Beziehung auf die in X herrschenden örtlichen Verhältnisse eingegangen wäre, wäre man bestimmt zu klärenden Ergebnissen gelangt.

Auf die in X infolge der Sortimentsstruktur etwas grössere Einnahme pro Verkaufsperson hat die Kommission selbst schon hingewiesen, dabei jedoch unterlassen, die Vergleichsbasis mit dem A. C. V. zu verbessern, was gut möglich gewesen wäre. Da es sich bei den Läden von X um Gemischtwarenläden handelt, wäre eine Heranziehung der Schuhläden und Haushaltungsartikelläden des A. C. V. zur Gewinnung einer wirklichkeitsgemässeren durchschnittlichen Verkaufsleistung angepasst und — wie aus folgendem ersichtlich ist — nicht ohne Einfluss gewesen. Während beim A. C. V. im Jahre 1933 in den Warenläden ein Durchschnittsumsatz pro Verkaufsperson von Fr. 44,996.62 erzielt wurde, stieg derselbe in den Schuhläden auf 48,430.91 und in den Haushaltungsartikelläden sogar auf 49,150. Bei gleichem Personalbestand ergab sich im Jahre 1931 in den Schuhläden des A. C. V. sogar ein Durchschnittsumsatz von Fr. 60,738.23. — Alles in allem also: Sorgfalt bei Betriebsvergleichen!

Die etwas ausführlichere Besprechung dieses kleinen, im Rahmen der ganzen Arbeit unwesentlichen Versehens soll jedoch den vorzüglichen Eindruck von der Veröffentlichung auf keinen Fall mindern. Der Kommission gebührt für die Gründlichkeit der Untersuchung und das Verständnis, mit dem sie an das Studium der oft komplizierten Verhältnisse herangetreten ist, alle Anerkennung und Dank. Wir möchten das zum Schlusse unserer heutigen Ausführungen ausdrücklich festgestellt haben. Die anregende, zu mannigfachen Ueberlegungen Anlass gebende Arbeit der Kommission soll nach verschiedenen Gesichtspunkten in weiteren Nummern des «S. K.-V.» noch mehr ausgewertet werden.

Führen die neuen Statuten zur Bureaukratie?

In Nummer 5 des «Schweiz. Konsum-Verein» meldet sich Herr Ammann zum Wort, um die neuen Thesen des V. S. K. zu besprechen.

Herr Ammann kommt zum Schluss, dass es für die Vereine notwendig sei, die Autonomie zu wahren. Nach seiner Meinung geht der Weg, wie ihn die Thesen wollen, zur Bureaukratie des V. S. K. und zur Erhöhung der Spesen. Diese Befürchtungen, aber in anderer Form ausgedrückt, sind wohl auch der Sinn der Ausführungen von Herrn Rudin gewesen, als er an der Versammlung in Zürich das Wort ergriff. Solchen Stimmen gegenüber darf auch der gegenteilige Standpunkt zum Ausdruck gebracht werden. Der Artikel erschien unter dem Leitwort:

«Demokratie, nicht Bureaukratie für unsere Bewegung».

Der Titel ist bereits sehr ausgeprägt und lässt einen tiefen Blick in die Gedankenwelt des Herrn Verfassers tun. Der Titel allein zeigt einem neutralen Beobachter, dass der Verfasser die ganze, so ausserordentlich wichtige Frage, nur von einem Standpunkt aus gesehen und studiert hat. Ihm ist ganz offensichtlich nur darum zu tun, dass die neue Ordnung der Dinge keinem Verwalter eine Verengerung seiner Kompetenzen bringen dürfe. Ob unter seiner Zielsetzung unsere ganze Bewegung leide, ist für ihn offenbar von weniger grosser Bedeutung. Diesen Gedankengang kann man nun nicht stillschweigend hinnehmen oder gar billigen. Obwohl derselbe im Wesen unseres Volkes begründet ist, welches sich unter allen Umständen gegen eine Verengerung seiner Bewegungsfreiheit wehrt, auch wenn aus derselben wirtschaftliche Vorteile zu erwarten sind, muss einmal mehr auf die Gefahr hingewiesen werden, die in dieser Mentalität liegt. Das eifersüchtige Wachen über die Vereinsautonomie hat bisher verhindert, dass die Bewegung der Konsumgenossenschaften jene Schlagkraft, Wendigkeit und Anpassungsfähigkeit erreichen konnte, die unbedingt notwendig ist, wenn unsere Bewegung sich weiter entwickeln soll und auch ferner in der Lage sein soll, der Konkurrenz mit Erfolg die Spitze zu bieten. Gerade die Organisation der Konkurrenz muss uns deutlich machen, dass die Autonomie beim Einkaufen und beim Organisieren sich nicht in die erste Stelle setzen darf. In erster Linie muss erstrebt werden, dass unsere Bewegung wendig und anpassungsfähig bleibt, und erst in zweiter Linie muss es unsere Aufgabe sein, darüber zu wachen, dass sich die Bewegung nicht verkrampft und bureaukratisch wird. Aber es ist offenbar nicht richtig,

dass wir auf eine Entwicklungsmöglichkeit verzichten sollen, nur weil event. im Hintergrund etwas lauern könnte, das nicht erwünscht ist.

Herr Ammann bewegt sich in seinen Ausführungen in der Gedankenwelt, die er bereits mündlich bei Anlass der Versammlung in Zürich zum Ausdruck brachte. Es muss gesagt werden, dass diese Gedanken sehr widerspruchsvoll sind. Nach seiner Ansicht soll in erster Linie die Revisionsabteilung des V. S. K. ausgebaut werden. Ihm ist dabei ganz entgangen, dass dieses Postulat ja bereits der Erfüllung entgegengeht. Wie oft hat man in Kreisen der Vereinsverwaltungen und vor allem in Verwalterkreisen die Meinung gehört, dass die Revisoren der Treuhandabteilung nicht genügend fachliche Kenntnisse hätten, in bezug auf die Beurteilung der eigentlichen Tätigkeit des Vereins und in bezug auf die Wertung der Warenlager. Wer offenen Sinnes die Thesen liest und sich dazu der klaren und sachlichen Erklärungen erinnert, welche Herr Dr. Oscar Schär abgegeben hat, dem ist gewiss verständlich, dass der V. S. K. mit seinen Kreisvertretern eben das will, was Herr Ammann anstrebt, nämlich den Ausbau der Treuhandstelle. In Zukunft sollen diese Revisoren einen wirklichen Einblick in die ganze Vereinstätigkeit erhalten. Sie sollen nicht weiterhin gezwungen sein, auf Grund einer flüchtigen Kontrolle ihr Urteil abzugeben. In bezug auf das ihnen vorgelegte Zahlenmaterial wurde gewiss jeweils sehr genau und gewissenhaft kontrolliert, aber in bezug auf den Lebensnerv des Vereins konnte nicht auf eigene Beobachtungen abgestellt werden, sondern man musste sich auf das verlassen, was durch die Vereinsverwaltungen gesagt wurde. Dabei setze ich nun gar nicht etwa bösen Willen dieser Vereinsverwaltungen voraus, wenn solche Informationen über die Lagerbestände und deren Wertung in der Bilanz nicht richtig waren und mit den Grundsätzen einer vorsichtigen Geschäftsführung nicht übereinstimmten. In den allerwenigsten Fällen wird jeweils böser Wille vorhanden sein, aber in den meisten Fällen, wo diese wichtige Bewertung nicht richtig durchgeführt wird, dürfte Mangel an kaufmännischen Qualitäten der Grund gewesen sein. Und nun kommt die erweiterte Treuhandabteilung, setzt sich durch die Revisoren direkt in ihr Tätigkeitsgebiet hinein, mitten unter die ihr anvertrauten Vereine, und sucht durch engen Kontakt mit den Vereinsverwaltungen sich ein Bild von der wirklichen Lage jedes einzelnen Vereins zu machen. Es darf gesagt werden, dass diese Entwicklung der Dinge naturbedingt ist und dass dafür den V. S. K. - Behörden Dank gezollt werden muss. Mit Freuden gehe ich mit den Ausführungen des Herrn Ammann darin einig, wenn er schreibt: «Die Genossenschaften haben ein grosses Interesse an einer fachmännischen Revision, die das Vertrauen seitens der Mitglieder stärkt.» Ich sehe in den Massnahmen der V. S. K. - Behörden nur den e i n e n Willen, diese wirklich fachmännische Revision, welche Herr Ammann so sehr wünscht, wirklich durchzusetzen. Zu diesem Zweck sollen die Revisoren Fachmänner sein, aber nicht nur in bezug auf Buchhaltungstechnik, sondern in bezug auf Warenverkauf und Warenlagerbewertung. Um mit einem Worte des Herrn Dr. Oscar Schär zu sprechen: «Diese Revisoren sollen und müssen g u t e V e r w a l t e r sein.»

Eine sehr kühne und kaum zu beweisende Bemerkung ist der Satz des Herrn Ammann: «Die vorgesehenen Vertreter-Revisoren werden trotz ihrer «umfassenden» Kenntnisse nicht in die Lage versetzt, bei gutgeleiteten Vereinen fruchtbare Arbeit zu leisten, weil sie die örtlichen Verhältnisse nie kennen lernen.» Der Widerspruch, welcher in diesem Satz zum Ausdruck kommt, ist direkt frappant! Also Herr Ammann ist der Ansicht, dass die Vertreter-Revisoren wohl bei den schlecht geleiteten Vereinen Erfolg haben werden, dort werden sie sich in die «örtlichen» Verhältnisse bald einarbeiten, aber bei gutgeleiteten Vereinen wird das nie der Fall sein. Warum dies nie möglich sein wird, muss uns Herr Ammann zuerst erklären, erst dann können wir seine Gedanken weiter diskutieren. Im Grunde genommen scheint zwischen den Zeilen des Herrn Ammann die Angst durchzuleuchten, dass die Vertreter-Revisoren es event. unternehmen könnten, irgend einem gutgeleiteten Verein einmal einen guten Rat geben zu wollen. Vernünftigerweise ist aber ein fortschrittlich eingestellter Kaufmann immer gerne bereit, einen guten Rat anzunehmen, und ist dankbar dafür. Er hat es ja in der Hand, wenn er klug ist, den guten Rat zu befolgen, oder wenn er starr am Alten festhalten will, zu seinem und seines Geschäftes Schaden, den guten Rat in den Wind zu schlagen. Die Folgen trägt er dann am eigenen Leibe.

Fr. Huber.

Die Rückvergütungsfrage

wird in letzter Zeit wieder einmal zur Diskussion gestellt. Freunde und Gegner derselben kreuzen die Klingen. Eine gedrängte Aussprache halte ich für nützlicher als das Unterbinden jeder Diskussion. Darum ist auch die redaktionelle Vorbemerkung in No. 5 des «Schweiz. Konsum-Verein» lebhaft zu begrüssen. Diese Toleranz liegt übrigens im Wesen unserer Bewegung.

Die Rückvergütung bildete bis auf den heutigen Tag eines der Fundamente unserer Genossenschaften. Schon aus diesem Grunde unterstütze ich vorbehaltlos den Schußsatz des Artikels von H. R. in Nr. 5, betitelt «Rückvergütung oder Nettoverkaufspreise» und lautend: «Also Festhalten am Bewährten und Erprobten!» Unsere Genossenschaften sind gerade mit und durch die Rückvergütung gross und stark geworden. Gewiss: Über die Höhe derselben können die Ansichten auseinandergehen. Mir schien schon in der Vergangenheit ein Ansatz von ü b e r 8 Prozent des Guten zu viel; wobei ich indessen durchaus anerkenne, dass manche Genossenschaften nur aus Konkurrenzgründen zur Ansetzung eines höheren Ansatzes sich gezwungen sahen. Da und dort war es aber auch so, dass Erhöhungen vorgenommen wurden, die im Gegensatz zum Geschäftserträgnis standen.

Warum ich nach wie vor an der Rückvergütung festhalte, liegt im e r z i e h e r i s c h e n u n d p r o p a g a n d i s t i s c h e n W e r t e derselben. Diese Ansicht war auch in der Vorkriegszeit schon massgebend, als die Privatkrämer zur Gründung des Spar- und Rabattverbandes schritten. Unsere Gegenfüssler wollten damit den Zustrom in die Genossenschaften abstoppen, ein Unterfangen, das ihnen allerdings misslang. Der Gegenstoss hatte auf unserer Seite nur bewirkt, dass dieser Frage vermehrte Aufmerksamkeit geschenkt wurde, und — das sei zugegeben — gelegentlich auch zu Beschlüssen verleitete, die sich nachher bitter rächten. Ein Ansatz von 5 bis 6 Prozent dürfte bei der gegenwärtigen Lage und wohl auch für die nächste

Zukunft das Richtige treffen. Wir müssen uns hüten, bisher erprobte Normen einfach über Bord zu werfen, weil irgend ein Tausendsassa sich als Retter der Wirtschaft aufspielen will und neue Heilslehren verkündet. Wer bürgt uns übrigens dafür, dass diese Bestand haben? Von unserer Genossenschaftsbewegung wissen wir, dass ihre Grundsätze und Struktur bis auf den heutigen Tag dieselben geblieben sind. Der Kampf hat nur dazu beigetragen, dass die Verteidiger und Anhänger der Gemeinwirtschaft sich wieder mehr um ihre Grundsätze kümmern. Der bisherige Verlauf dieses Sichmessens hat durchaus gezeigt, dass wir unserem Gegenpart voll gewachsen sind. Das Abseitsstehen einiger Konsumenten hat anderseits bewirkt, dass andere um so treuer zur Bewegung halten.

Übrigens bin ich der gefestigten Überzeugung, dass der Grossteil der Konsumenten die Beibehaltung der Rückvergütung wünscht. Ich stütze mich dabei auf meine eigenen Beobachtungen und auf Erfahrungen des Verkaufspersonals. Noch selten hat nach meiner Ansicht eine Genossenschaft floriert, wenn sie nur einen Teil der Waren als rückvergütungsberechtigt abgab. Nach übereinstimmenden Beobachtungen des Personals hatte das zur Folge, dass der Konsument dann die nichtrückvergütungsberechtigten Artikel «im Lädeli nebenan» bezog, weil es angeblich auf das gleiche herauskomme, wo diese gekauft werden. Wird aber sozusagen alles der Rückvergütung unterstellt, dann bekommt die Sache bei den Hausfrauen ein anderes Gesicht. Dann wird gerechnet, und Beispiele bei der Auszahlung der Rückvergütung, wo die Treue je nach «Leistungen» belohnt wird, bewirken oft Einkehr zur Besserung. Ich erinnere mich da noch an die Vorkriegszeit. Ich hatte nach meiner Heirat Mühe, meine junge Frau, die aus mittelständisch-konservativem Milieu stammte, für das Genossenschaftswesen zu erwärmen. Um ihr zu zeigen, dass sich der etwas weitere Gang zum Genossenschaftsladen auf die Dauer doch als gut erweise, besorgte ich selbst soweit möglich die Einkäufe, um am Ende des Betriebsjahres eine ordentliche Rückvergütung zu erhalten. Diese wurde dann immer zur Vervollständigung der Wohnungseinrichtung verwendet und später sukzessive ein Sparrappen angelegt, der während der Kriegszeit und auch in den ersten Nachkriegsjahren der Familie wertvolle Dienste geleistet hat, notabene ohne dass wir je einen Rappen dazu legen mussten. Seither ist es selbstverständlich, dass meine Frau nur noch von «unserem Laden» spricht.

Ich glaube, wir würden der Genossenschaftsbewegung unermesslichen Schaden zufügen, wenn wir auf die Rückvergütung verzichten würden. Unsere Gegner von rechts und links würden diesen Moment sicher nicht vorübergehen lassen, ohne zu versuchen, das gelockerte Verhältnis zwischen Mitgliedschaft und Genossenschaft zu ihren Gunsten auszunützen. Dazu aber wollen wir nicht Hand bieten. Was an unserer Bewegung der Jetztzeit nicht mehr entspricht, soll erneuert werden, wie das übrigens in erfreulichem Maße von der Verwaltungskommission getan wird. Solange wir an uns selbst glauben, so lange wird auch die Genossenschaftsbewegung eine Zukunft haben. Sie ist es wert, dass wir für sie einstehen und kämpfen, denn ihre Wege und Ziele können nur zum Glück der Menschheit führen. -ss-

„Einheitliche Kalkulation" bei der Migros.

Unsere Mitteilung über die sehr unterschiedliche Kalkulation bei der Migros in der letzten Nummer des «Schweiz. Konsum-Verein» hat in der Zwischenzeit durch weitere Angaben aus Neuenburg eine interessante Ergänzung erhalten. Hier praktiziert die Migros den für Speiseöl «Amphora» im Vergleich zu Zürich um über 12 Rappen höheren Preis wie in Basel und verlangt per Kilogramm Zucker 38,46 Rp., d. h. über 5 Rp. mehr als in Basel. Der Vergleich zwischen den drei Städten Zürich, Basel und Neuenburg gestaltet sich wie folgt:

	in Zürich	in Basel	in Neuenburg
	Fr.	Fr.	Fr.
Speiseöl «Amphora», p. Lt.	1.10½	1.22⅔	1.22⅔
Feinkristallzucker, p. kg	—.37,7	—.33	—.38,46

Damit ist eine mehrmals schon aufgestellte Behauptung der Migros betr. Durchführung einer einheitlichen Kalkulation nochmals widerlegt. Diese Entwicklung der Kalkulationsweise der Migros, d. h. die offensichtliche Ausnützung der örtlichen Konkurrenzverhältnisse und die Anpassung an dieselben bedeutet, dass die Konsumentenschaft an gewissen Orten für die oft ungesunde und unfaire Preispolitik der Migros auf anderen Plätzen kalkulatorisch den Ausgleich zu schaffen hat. Worin hier der Schutz der Konsumenteninteressen « durch schärfste Berechnung der Handelsspanne » — wie es in der Migros-Broschüre « Migros und Wirtschaft » so imponierend heisst — besteht, ist nicht ersichtlich.

Uebersetzung einer schweizerischen genossenschaftlichen Schrift ins Serbische.

Nachdem vor einigen Jahren (1928) die «Umrisse einer genossenschaftlichen Ideengeschichte» I. Teil, von Dr. H. Faucherre, Mitglied der Verwaltungskommission des V. S. K. und Vorsteher des Departements für Presse und Propaganda, ins Lettische übersetzt worden sind, ist nun vor kurzem eine weitere Schrift des gleichen Verfassers: «Abriss der Erziehungslehre Pestalozzis», ein am Genossenschaftlichen Seminar (Stiftung von Bernhard Jaeggi) gebrauchtes Lehrmittel, ins Serbische übersetzt worden. Als Uebersetzer zeichnet Herr V. Cizel. Herr Cizel hat letztes Jahr am Internationalen Genossenschaftskurs im Freidorf teilgenommen.

Diese Uebertragungen schweizerischer Genossenschaftsliteratur in fremde Sprachen ehren nicht nur den Verfasser und damit auch das schweizerische genossenschaftliche Schrifttum im allgemeinen, sondern sind gleichzeitig ein sehr erfreuliches Zeichen der auch weit jenseits unserer Grenzen wachen Erkenntnis, dass die erzieherische und ideelle Seite des Genossenschaftswesens besonderer Pflege bedarf.

Das erste genossenschaftliche Buch in Esperanto.

(Korr.) Die schon ziemlich reiche internationale Esperanto-Literatur vermisste bis heute irgend ein Werk genossenschaftlichen Inhalts. Während Homer, Virgilius, Molière, Shakespeare, Schiller, Goethe, Puszkin, Mickiewicz, Lagerlöff und viele andere der grössten nationalen Dichter und Schrift-

steller aller Völker teilweise bereits der Esperanto-Sprache zugeeignet worden sind, fehlte es bisher an genossenschaftlicher Literatur in dieser Sprache vollständig, obwohl es an Werken sozialen Inhalts nicht fehlt, wie: Marx, Mussolini, Mazzini, Kropotkin, Lenin, Nitti u. a. m.

Diesem Mangel abzuhelfen beschloss die unlängst in Warszawa gegründete «Esperanto-Verlagsgenossenschaft», da die Gründer dieser Genossenschaft zu der Überzeugung kamen, dass die immer mehr um sich greifende internationale Annäherung der Genossenschafter aller Länder unbedingt auch die Benützung der internationalen Hilfssprache nach sich ziehen muss. Und sie trafen dabei eine treffliche Wahl:

Nicht ein Werk schweren theoretischen Inhalts, nicht ein praktisches Handbuch, deren es viele in nationalen Sprachen gibt, — sie wählten etwas vom internationalen Standpunkte aus wirklich Originelles, was für viele Länder eine vollständige Neuigkeit darstellen wird.

Es ist dies ein spannender genossenschaftlicher Jugendroman, unter dem Titel «Sollte es denn eine Fabel sein» — Cu gi estas nur fabelo» —, geschrieben von Jan Wolski, einem hervorragenden polnischen Propagandisten und Novellisten der Genossenschaftsbewegung. Vor 10 Jahren erschien das Werk in polnischer Sprache im Verlage des Zentralverbandes der Konsumgenossenschaften Polens in Warschau, um die damals begonnene Genossenschaftsbewegung der Schuljugend zu fördern. Der Roman entspricht seinem Zwecke vollkommen: in humorvoller, kunstvoller und enthusiastischer Weise beschreibt darin der Verfasser die Taten von Schulkindern und der Schuljugend aller Stufen; wie sie an verschiedenen Orten des Landes ihre Schulgenossenschaften aufbauen, wie sie durch ihre Lehrer zu allen genossenschaftlichen Tugenden wie Solidarismus, Selbsthilfe, internationale Bruderschaft u. dergl. m. erzogen werden.

Dann geht der Verfasser zum «Utopistischen» über: Er zeichnet die weitere Entwicklung dieser Genossenschaften in regionale Verbände, ferner in einen nationalen und schliesslich in einen internationalen Genossenschaftsverband der Schuljugend. Eine begeisternde Schilderung des ersten Internationalen Kongresses dieser Schuljugend auf der Spitze des Berges Magorka, begleitet vom Gesange der genossenschaftlichen Jugendhymne, beschliesst das enthusiastische Werkchen. (Musiknoten und ein besonders esperantofreundlicher Absatz sind der Esperanto-Übersetzung beigegeben worden.)

Diese kurzen Andeutungen sind natürlich nicht imstande, den hohen sozial-pädagogischen Wert des Werkchens klarzulegen, da eben nicht die «Fabel» an sich selbst, sondern die vielen in derselben enthaltenen pädagogischen Winke, welche zur sozialen Arbeit die Jugend anspornen, die wichtigsten sind. Das Buch entwickelt in den Jugendherzen gesellige Instinkte, lehrt über die sittliche Entwaffnung aller Völker, unterrichtet über den genossenschaftlichen Ferienaustausch der Jugend, über den Aufbau der Schülergenossenschaften und die Entwicklung der sittlichen Kräfte des Menschen durch gesellige Mitarbeit. Sowohl für die Jugend als auch für die Lehrerschaft aller Länder ist es ein wirklich wertvolles Buch.

Die Verleger haben das Buch mit aufschlussreicher Vorrede und vielen «Bemerkungen und Erklärungen» versehen, damit keines der in dem Buche geschilderten Details über die polnischen Verhältnisse dem ausländischen Leser fremd bleibe.

Wir erfahren daraus über den heutigen Stand der Schulgenossenschaften in Polen — ca. 5000 an der Zahl —, sowie über die ganze einschlägige sozialpädagogische Literatur des Landes. Nur Frankreich weist eine ähnliche Bewegung der Schuljugend auf.

Für Genossenschafter, die des Esperanto mächtig sind, empfehlen wir das Büchlein aufs wärmste. Es ist auch wert, in andere Nationalsprachen übersetzt zu werden; wir bekommen im letzten Moment die Nachricht, dass dies schon in einem Lande — nämlich Ungarn — geschah. Es eignet sich vortrefflich als Jugendgeschenk, da die äussere Ausstattung eine höchst zierliche, das Papier holzfrei, der Druck klar und die Übersetzung selbst fehlerlos ist (Übersetzer Kpt. Roman Dabrowski). Die schönen Bilder, welche den Inhalt gut symbolisieren, sowie die Musiknoten, tragen noch mehr zum Werte des Büchleins bei.*)

*) Insgesamt 172 Seiten stark, kostet das Buch für das Ausland 3 schw. Fr. inkl. Porto. Zu beziehen entweder beim Verlage «Esperanto Eldon-Kooperative» Warszawa, Al. Jerozolimskie 101, oder in allen Esperanto-Büchereien aller Länder; in der Schweiz also bei der «Universala Esperanto-Asocio», Genève, 1, Tour de l'Ile. Ausserdem nimmt auch die Genossenschaftliche Buchhandlung, Basel, Aeschenvorstadt 67, Bestellungen auf das Buch entgegen.

Kurze Nachrichten

Die Auswirkungen des Finanzprogramms auf das Bundesbudget. Auf Grund des neuen Finanzprogramms ergibt sich an Stelle eines mutmasslichen Defizites von rund 100 Millionen im bereinigten Budget ein Einnahmenüberschuss von einer Million. Unter Einbezug des sich bei den Bundesbahnen ergebenden Fehlbetrages werden jedoch bei Bund und Bundesbahnen insgesamt 2,9 Millionen Franken ungedeckt bleiben.

Einfuhr von Seidenstrümpfen beschränkt. Seidenstrümpfe waren bisher kontingentiert. Da der Import jedoch immer noch ausserordentlich war, hat man die Seidenstrümpfe einer weiteren Einfuhrbeschränkung unterstellt.

Die unterschiedliche Einkaufskraft der einzelnen nationalen Währungen auf dem Weltmarkt. Ein Vergleich zwischen dem Preisindex der einzelnen Länder und dem Durchschnittspreis auf dem Weltmarkt, ergänzt durch den nationalen Lebenshaltungsindex, zeigt, dass die Konkurrenzfähigkeit der Goldblockländer und der Länder mit einer stabilen Währung ganz erheblich abgenommen hat. Nur Frankreich, das seine Währung im Jahre 1928 auf einem künstlich niedrigen Niveau stabilisierte, befand sich eine Zeitlang in einer etwas günstigeren Lage und vermochte mit Hilfe seiner Deflationspolitik, die es seit 1932 ununterbrochen verfolgte, sich den Durchschnittspreisen der Welt zu nähern, obwohl es das Preisniveau der Länder mit einer entwerteten Währung nicht erreichen konnte. Im Jahre 1935 stellten sich die Grosshandelspreise in Grossbritannien um 18,5 Prozent, in den Vereinigten Staaten um 2,9 Prozent und in Japan um 31,8 Prozent niedriger als die Durchschnittspreise am Weltmarkt. In Frankreich stellten sich die Preise um 5,5 Prozent niedriger als die Durchschnittspreise der Welt, und in der Schweiz waren sie um 29,9 Prozent und in Italien um 25,7 Prozent höher. Was die Kosten anbelangt, ist die Lage in den Ländern mit einer Gold- oder stabilisierten Währung sogar noch ungünstiger. In Grossbritannien, den Vereinigten Staaten und Japan stellten sie sich um 5,4 Prozent, respektive 14,6 Prozent und 43,0 Prozent niedriger als die Durchschnittskosten der Welt. In Frankreich waren sie um 7,7 Prozent, in Holland um 49,1 Prozent, in der Schweiz um 40,7 Prozent und in Italien um 28,7 Prozent höher als die Durchschnittskosten der Welt.

Vorschätzung der amerikanischen Winterweizenernte. Das Landwirtschaftsdepartement berichtet, dass die Saatfläche für Winterweizen 47,53 Millionen Acres, etwa 4 Millionen Acres mehr als im Vorjahre betrage. Die Erntevorschätzung wird auf 530 Millionen Bushel errechnet, gegenüber 433 Millionen im Jahre 1935 und 618 Millionen im Durchschnitt 1928—35. Angenommen, dass die Ernte an Sommerweizen ähnlich wie 1935 ausfallen wird, dürfte sich eine Gesamtweizenernte um 50 bis 75 Millionen Bushel mehr ergeben, als der heimische Verbrauch benötigt.

Aus der Praxis

Laden-Manki.

Es kann in einer Genossenschaft fast nichts Schlimmeres geben, als ein Manko in der Laden-Abrechnung. Die Verwaltung rechnet mit dem Brutto-Ergebnis des Waren-Kontos und den Unkosten bezw. Betriebskosten, und das Resultat der Ladenabrechnung kann alles über den Haufen werfen. Das ist nicht nur sehr unangenehm, sondern auch sehr verdriesslich.

So mancher Fall ist uns bekannt, wo beide Vertragspartner die Leidtragenden waren, so manche Tränen, so manche Enttäuschung müssen wir wahrnehmen, so dass es mir stets in der Seele weh tat, das ungünstige Ergebnis festzustellen und den Partnern mitzuteilen.

Hätten wir doch nur auch so eine Apotheke, welche «Antimankirin» zur Verfügung hätte, um all die Leiden schmerzlos zu machen! —

Nach meiner Auffassung kann man den Verkäuferinnen nie genug von der Gefahr der Manki sprechen, man kann sie nie genug darauf aufmerksam machen, wie jede Unachtsamkeit, jede Nachlässigkeit, jede Gedankenlosigkeit zu Ladenmanki führen kann, für welche sie verantwortlich sind.

Wer stiehlt, sei es durch Aneignung von Waren zu eigenen Zwecken, sei es durch willkürliche Entnahme von Geld aus der Ladenkasse zur Stillung von Gelüsten, zum Unterhalte und zum Vergnügen der eigenen Person oder Drittpersonen, diese Verkäuferinnen bedauern wir nicht. Aber alle andern, die den Verkäuferinnenberuf als leicht und sorgenlos einschätzen und empfinden, bedauern wir.

Bei Feststellung eines Ladenmankos will gewöhnlich niemand schuld sein. Die verantwortlichen Verkäuferinnen sind verwundert oder tun so, und die Verwaltung ist auch verwundert!

Niemand will schuld sein, und doch ist das verflixte Manko da! —

Alles sei richtig gerechnet und belastet worden, alle Geldeinnahmen seien laut Belegen verbucht, alle Ladenspesen und Differenzen sind notiert und eingestellt worden. So tönt es vom Munde beider Parteien. Sind Merkmale da, die zu Manki führen?

Ist die Verkäuferin gute oder schlechte Rechnerin?

Ist die Verkäuferin zuverlässig und ordnungsliebend oder lässt sie fünfe grad sein?

Werden die Kreditverkäufe sofort notiert?

Werden die Ladeneinnahmen täglich festgestellt und abgeliefert?

Wird der Wareneingang notiert und kontrolliert? Macht sie viel in Toilette und Aufwand?

Wird jeden Monat eine Ladenabrechnung aufgestellt?

Wird auf Ende eines jeden Monats der Status der Ausstände festgestellt? Wird der Saldo der Ladenabrechnung und der Stand der Ausstände mit demjenigen des Vormonats verglichen?

Wird der Wareneingang, werden die Geldablieferungen, die Differenzen, Ladenspesen und Gutschriften zum Vergleiche und mit dem Vormonat herangezogen?

* * *

Dies sind alles Fragen, die bei einem Ladenmanko unwillkürlich gestellt und beantwortet werden müssen. Und je nach ihrer Beantwortung muss die Verantwortlichkeit festgestellt werden.

Selbstverständlich ist für uns, dass die Verschlüsse der Laden- und Warenräume tadellos sein müssen.

Wie oft müssen wir jedoch konstatieren, dass die Antworten auf die gestellten Fragen nicht nur ungenügend und mangelhaft, sondern auch nicht einwandfrei beantwortet werden.

Das ist für beide Partner ein Armutszeugnis, und wenn es nach dem richterlichen Verfahren des Mittelalters ginge, würden beide — gehängt!

Argus.

Verkauf grösserer Einheitsmengen.

Der Propagandachef des A. C. V. beider Basel macht zu dieser Frage folgende beachtenswerte Anregungen:

In der «Schweizerischen handelswissenschaftlichen Zeitschrift» wird von einem Professor der Handels-Hochschule in St. Gallen vom Standpunkt des privaten Einzelhandels aus zu dieser Frage folgendes geschrieben:

«Wenn wir im «Migrossystem», wie schon der Name sagt, die Tendenz verwirklicht finden, dem Käufer eine grössere Menge von Waren einzupacken, als er sonst gewöhnlich — en détail — kaufen würde, was ist da der allgemeine Kerngedanke, den es zwar nicht wörtlich zu übernehmen, wohl aber zu übertragen gilt? Es ist der Grundsatz der «Bedürfnissteigerung» durch Bedarfs-«Summierung», die hier durch den Preisanreiz verwirklicht wird. Er tritt uns genau so in der uralten Preisstellung «ein Stück 1 Fr., 12 Stück nur 10 Fr.» entgegen. Freilich kann der leise Zwang, der hierdurch ausgeübt wird, den Käufer auch abstossen. Jedenfalls kommt es immer auf den besonderen Fall der Ware und auf die Häufigkeit ihres Verbrauches an. Wenn dies so einleuchtend ist, wie etwa bei «Schuhbändern», so wird der Kunde nichts dabei finden, statt des einen Paares deren drei zu kaufen. Er wird es umso weniger, wenn diese drei Paar in einer bereits fertig vorliegenden Verpackung angeboten werden (was man auch wieder vom Migros- wie vom Markenartikel-System lernen kann), und noch dazu wenn diese — etwa durch Zellophan — besonders sauber, handlich und ansprechend erscheint.»

Die Bedeutung dieser Frage wird auch von theoretischer Seite immer mehr erkannt. Ich glaube, dass in unseren Läden die notwendige Umsatzsteigerung pro Laden und Verkaufskraft niemals möglich sein wird, wenn gewisse Praktiken nicht geändert werden. Es lassen sich unzählige Beispiele aus unseren Genossenschaftsläden anführen, wo beim Verkauf von kleinen Verkaufseinheiten die Kosten nicht herausgeschlagen werden. Die Kosten für die Abgabe von 3 Büchsen Tomatenpüree, wie es bei der Migros geschieht, sind ungefähr gleich gross wie für die Abgabe von nur einer Büchse. Ebenso sind bei unseren Miniatur-Fleischkonserven die Kosten für die Abgabe von 5 Büchsen ungefähr gleich gross wie von einer Büchse. Ein Preisunterschied wird aber nicht entsprechend gewährt. Besonders offensichtlich erscheint mir das Missverhältnis bei Schachtelkäse (Rahmkäse). Die Schachtel zu 6 Portionen stellt sich auf 84 Rp. Wird jedoch nur eine Portion verlangt, was oft der Fall ist, so kostet diese 14 Rp., also genau ein Sechstel. Eine Verkäuferin erklärte mir kürzlich, dass ihr der Verkauf einer Portion bedeutend mehr Arbeit verursache als die Abgabe einer ganzen Schachtel. Man sollte meines Erachtens unsere Mitglieder doch dazu

erziehen, sich an grössere Portionen zu halten und durch die entsprechende Preisgestaltung den Anreiz dafür zu schaffen. Es ist nicht in allen Fällen der Mangel an Geld, der die Käufer veranlasst, in kleinen Mengen einzukaufen. Oft ist es auch nur Gewohnheit oder Unachtsamkeit. Der Konsumladen befindet sich ja so nahe, man kann 4—5mal täglich, wie man das immer wieder feststellen kann, den Laden aufsuchen. In Bezug auf die Kostengestaltung (Kosten pro Laden, Umsatz pro Laden, Umsatz pro Verkaufsperson) wird sonst das Verhältnis, wie es auch im Bericht der Preisbildungskommission nachgewiesen ist, immer ungünstiger.

Aufbewahrung und Verkauf von Tabakwaren.

Da Tabak sehr empfindlich ist, muss er kühl und trocken aufbewahrt werden. Er darf nicht an feuchten Orten, auch nicht an warmen, ferner nicht in der Nähe von stark und unangenehm riechenden Gegenständen lagern, weil er sonst entweder die Feuchtigkeit anzieht und dadurch Schimmel ansetzt oder ausgetrocknet oder schliesslich den starken unangenehmen Geruch der unmittelbar nachbarlichen Artikel annimmt.

Beim Kautabak achte man stets darauf, dass die Steintöpfe, in denen sich der Kautabak befindet, mit etwas, nicht zuviel und periodisch nachgefasster Sauce besprengt, immer geschlossen gehalten, nicht warm gestellt und ab und zu gereinigt werden. Was von der Pflege des Tabaks überhaupt gesagt ist, gilt auch für die pflegliche Behandlung der Zigarre. Um ihren reinen Geschmack zu erhalten, muss man auch sie nur kühl und trocken aufbewahren, ferner nicht der Uebertragung fremder Gerüche aussetzen. Stellen wir Zigarren im Schaufenster aus, so nur, wenn sie weder dem Einfluss der Sonnenstrahlen noch dem feuchter Ausstrahlungen der Fenster oder der Schauladenwände unterworfen sind — und dann auch nur auf nicht zu lange Zeit und vor Verstaubung geschützt. Eine Behandlung der Zigarre, die diese Gebote verletzt, führt dazu, dass die Zigarren entweder ihre Naturfarbe verlieren und austrocknen oder Schimmel ansetzen und in jedem Falle ihren Geschmack einbüssen. Sie munden nicht mehr, schmecken kratzig und beissig, haben schiefen kohligen Brand und verärgern den Raucher dadurch auf höchste. Man braucht sich dann keineswegs zu wundern, wenn es mit dem Umsatz in Zigarren nicht vorwärts will. — Die Zigarren zudem ansprechend ausstellen und nicht in irgend einem Regal oder unter dem Ladentisch versteckt halten, ferner unseren Mitgliedern anbieten, ist selbstverständlich. Das Verteilungspersonal wolle niemals mit weniger höflicher Bereitwilligkeit Zigarren-Sorten auch geringerer Preislage vorlegen und zur Abgabe bringen. Auch in solchen Fällen hole man die Zigarren-Kisten herbei, zeige dem Mitgliede die Auswahl, empfehle diese oder jene billigere Sorte und entnehme der Kiste die gewünschte Anzahl Zigarren unter den Augen des Mitgliedes oder lasse, wie es bei den Männern üblich ist, diese sich die Zigarren selbst nehmen. Dass man an das Mitglied die Frage richtet, ob es sofort die Zigarre zu rauchen beabsichtige und ihm im bejahenden Falle durch Abschneiden der Zigarre und Hinreichen eines brennenden Streichholzes entgegenkommt, ist auch Gebot der Höflichkeit und gehört zur erfolgbringenden Verkaufstechnik. Und dass man die gekauften Zigarren vorsichtig in die Zigarren-Tüte gibt, wobei die Zigarrenspitze nach unten kommt, ist ferner selbstverständlich zu beachten, wünscht man, dass sich auch der Umsatz in Zigarren hebe.

Und die Zigaretten? Auch ihnen gebührt die grösste sachgemässe Behandlung L.

Tips.

Pünktlich den Laden öffnen. Unpünktlichkeit hat schon manchen Kunden vertrieben, der etwas dringend braucht und nicht warten kann.

*

Licht im Schaufenster ist eine relativ billige Reklame. Man kann gar nicht genug Licht in das Fenster bringen, aber die Lichtquelle muss verdeckt sein.

*

Ein Eisenhändler verleiht gegen Depot und geringe Gebühr Werkzeuge an die, welche gerne «die Axt im Hause spielen, die bekanntlich den Zimmermann erspart». Bastler und Hauswirte können sich ein Werkzeug leihen, das sie vielleicht nur einmal im Leben gebrauchen. Aber sie werden damit treueste Kunden dem, der ihnen in der Verlegenheit half.

Dieses Ausleihen lässt sich auf viele Branchen anwenden, und es ist sehr sonderbar und zeugt von wenig Nachdenken und einer gewissen Trägheit, dass es nicht grösseren Umfang annimmt. Regen- und Sonnenschirme sollte man überall leihen können, auf der Reise aber auch Koffer oder Regenmäntel, bei den Bergstationen Bergschuhe, im Porzellangeschäft ein besonders schönes Geschirr für Feste, einen elektrischen Ofen, elektrische Apparate und vieles andere mehr. Ein altes Sprichwort sagt, dass jedes Leihgeschäft ein gutes Geschäft ist (für den Verleiher).

«Der Organisator», Schweiz. Monatsschrift, Zürich.

Bildungs- und Propagandawesen

Hauspropaganda.

Das Mitteilungsblatt Nr. 7 des Konsumgenossenschaftlichen Frauenbundes enthält folgenden Auszug aus dem Vortrag einer bewährten Genossenschafterin über obiges Thema:

Propaganda, was bedeutet das Wort? Propagare heisst verbreiten. Propaganda treiben heisst also, die Aufgabe übernehmen, etwas zu verbreiten.

Wir Frauen der Frauenkommission des A. C. V. wissen, dass unsere Hauptaufgabe die Arbeit der Propaganda ist. Erstens dadurch, dass wir selbst eine Auswahl überzeugter und treuer Genossenschafterinnen darstellen und so andern als persönliches Beispiel dienen, zweitens dass wir die Idee, die der Genossenschaft zugrunde liegt, zu verbreiten und neue oder säumige Mitglieder zu gewinnen suchen. Wir propagieren, verbreiten also Genossenschafts- und Überzeugungstreue oder wir versuchen es wenigstens.

Ist Propagandatätigkeit nötig, und warum ist sie nötig? Die Frage ist für uns, die wir die Aufgabe zu lösen haben, überaus wichtig. Unsere Propaganda richtet sich fast ausschliesslich an die Frauen, und Frauen sind nur zu sehr allen möglichen Einflüssen ausgesetzt und zugänglich. Sie werden leicht die Beute schillernder Lockvögel; ein billiges Angebot, eine Bequemlichkeit kann ihre genossenschaftliche Treue über den Haufen werfen. Sie denken nicht weiter, handeln spontan, wie es ihnen gerade durch den Sinn geht. Da können Worte einer überzeugten Genossenschafterin oft Wunder wirken. Eine gute Propagandistin und Genossenschafterin in einer Person weiss die Frauen mit einigen Worten aufmerksam zu machen oder zu erinnern an das, was sie ausser acht gelassen oder vergessen haben.

*

Was aber ist eine gute Propagandistin? Was für Eigenschaften, was für Kenntnisse soll sie haben? Eignet sich jede Frau als Propagandistin? Dass sich nicht jede Frau, nicht einmal jede gute Genossenschafterin dazu eignet, darüber besteht wohl kein Zweifel. Eine liebenswürdige, ruhige, freundliche Art, die aber niemals zudringlich oder herausfordernd oder gar verletzend und unhöflich sein soll, ist neben der Überzeugungstreue das Wichtigste. Etwas Menschenkenntnis ist notwendig. Eine gute Propagandistin muss fühlen, wen sie vor sich hat. Man kann nicht in jedem Falle gleich vorgehen, nicht jeden Menschen gleich anfassen. Ich muss als Propagandistin imstande sein, verschiedene Register zu ziehen. Auch das ist nicht immer leicht und will zum mindesten geübt und gelernt sein.

*

Kann Hauspropaganda auch negativ, ich meine schädlich, wirken? Meines Erachtens gewiss. Ungeschickt ausgeführte oder zudringliche Art der

Propaganda kann entschieden mehr schaden als nützen. Vergessen wir niemals, dass unsere Genossenschaftsbewegung auch Feinde hat, z. T. erbitterte. Feinden gegenüber aber sollte man stets klug sein. Nicht unnötig verletzen! Sich keine Blössen geben! Die Überzeugung, dass die Genossenschaft eine gute Sache ist, dass ihr Gedeihen zum Vorteil der Allgemeinheit ist, berechtigt uns überhaupt, für sie Propaganda zu machen. Je sicherer ich aber der Güte einer Sache bin, der ich diene, desto ruhiger, sachlicher, desto liebenswürdiger und ohne jede Zudringlichkeit kann ich vorgehen.

*

Meine persönliche Ansicht geht dahin, dass Hauspropaganda ohne gleichzeitige Erziehung zur wirklichen, überzeugten Genossenschafterin, durch Belehrung und Aufklärung, unmöglich ist. Nur auf die überzeugte Genossenschafterin, die mindestens eine Ahnung hat von der volkswirtschaftlichen und sozialen Bedeutung der Genossenschaftsbewegung, kann ich wirklich bauen.

Verkäuferinnen-Lehrtöchter.

Dieses Thema geht nicht nur die Lehrtöchter und deren Eltern an, sondern auch die Herren Verwalter und Vorstände. Wenn auch nicht alle, so doch viele unter ihnen.

Heute sollte jedermann wissen, dass ein eidg. Lehrlingsgesetz besteht, dem auch die Laden-Lehrtöchter unterstellt sind, dass ferner öffentliche Prüfungen vorgenommen werden und bei Erfolg ein Befähigungsnachweis erteilt wird.

Jeder Konsumverwalter und Vorstand sollte wissen, dass ein Genossenschaftliches Seminar (Stiftung Bernhard Jaeggi) zur Ausbildung der Verkäuferin-Lehrtöchter besteht und dass diese Fachschule von den eidgenössischen Behörden anerkannt ist. Da nun einmal Usus ist, dass ein Befähigungsausweis in der Regel verlangt wird, und dass dieser das weitere Fortkommen *erleichtert*, so ist es meines Erachtens geradezu Pflicht der Vorstände und Herren Verwalter, die Eltern und Verkäuferin-Aspirantinnen auf diese Punkte aufmerksam zu machen. Sie dürfen dies um so mehr, als die dreimonatigen Ergänzungskurse des Genossenschaftlichen Seminars (Stiftung Bernhard Jaeggi) vollständig gratis sind, da nicht einmal für Logierung und Pension ein Rappen verlangt wird.

Schreiber dieser Zeilen ist der Auffassung, dass in einer zweijährigen Lehrzeit die Gewährung eines dreimonatigen Ergänzungskurses von jedem Vorstande zugestanden werden dürfte. Es ist dies nichts anderes als ein Entgegenkommen gegenüber den geplagten und sorgenvollen Eltern und qualifiziert sich als ein selbstverständliches soziales Mitfühlen und Mithelfen. Der Besuch der einzigen Fachschule für Verkäuferinnen der Genossenschaften sollte von allen Vorständen als *obligatorisch* erklärt werden.

Wir halten deshalb dafür, dass unsere Vorstände bei der Engagierung von Lehrtöchtern den Besuch des Genossenschaftlichen Seminars (Stiftung Bernhard Jaeggi) vorschreiben.

Argus.

Bewegung des Auslandes

Italien. *Ergebnisse der «Provvida».* Der grosse Eisenbahnerkonsumverein «Provvida» erzielte im Rechnungsjahr 1934/35 einen Umsatz von rund L. 264,063,000; er ist damit zweifellos der grösste Konsumverein Italiens. Ende Juni 1935 betrieb er 15 Zentralmagazine, 327 Verteilungsstellen, 2 Kaffeeröstereien, ein Zentralkühlhaus und 7 Abgabestellen für frische Fische. Der Bilanzwert der Warenvorräte belief sich im selben Zeitpunkt auf L. 39 Millionen. h.

Niederlande. *Umsatz der Haka im Jahre 1935.* Auch in diesem «Goldblocklande» kann die Grosseinkaufsgenossenschaft der Konsumgenossenschaften, Haka, eine prächtige Umsatzerhöhung verzeichnen. Gegenüber f 22,766,000 im Jahre 1934 betrug der Warenverkauf 1935 f 25,585,000; dieser übersteigt damit zum ersten Male die erste Viertelhundertmillion.

Derselben Nummer der Monatsschrift von Haka, der wir diese Umsatzzahlen entnehmen, liegt ein Verzeichnis der vorgeschriebenen Preise für die verpackten Haka-Artikel bei. Die Haka-Artikel entsprechen unseren Co-op-Produkten. Es geht daraus hervor, dass das, was wir bei uns gegenwärtig durchzuführen trachten, in Holland bereits Tatsache ist. h.

Norwegen. *Errichtung eines Denkmals für Advokat Dehli.* Vor etwa einem Jahre brachten wir die Mitteilung, dass die Gemeindeverwaltung von Oslo den Beschluss gefasst habe, einem neuentstandenen Platz in Oslo den Namen des Pioniers der norwegischen Konsumgenossenschaftsbewegung, Advokat Dehli, zu geben. Nun erlassen der norwegische Konsumgenossenschaftsverband und die Konsumgenossenschaft Oslo gemeinsam einen Aufruf zur Sammlung der für die Errichtung eines Denkmals auf dem nach ihm benannten Platz erforderlichen Mittel. h.

Schweden. *Umsätze im Jahre 1935.* Der Verband der schwedischen Konsumgenossenschaften erzielte 1935 einen Warenumsatz von Kr. 177,66 Millionen, Kr. 12,54 Millionen mehr als 1934. Sämtliche Abteilungen, sämtliche Lagerhäuser und sämtliche Produktionsbetriebe zeigen Zunahmen, soweit es sich nachweisen lässt, nicht nur dem Geldbetrag, sondern auch der Warenmenge nach. Die zehn grössten Konsumgenossenschaften des Landes erreichten eine Verkaufssumme von Kr. 126,72 Millionen, Kr. 10,74 Millionen mehr als 1934. Daran ist die weitaus grösste Konsumgenossenschaft des Landes, Konsumtionsföreningen Stockholm, mit Kr. 59,53 Millionen bezw. Kr. 5,5 Millionen beteiligt. h.

Spanien. *Der Stand der Genossenschaftsbewegung 1934.* Dem Nationalverband der Genossenschaften Spaniens waren Ende 1934 alles in allem 588 Genossenschaften angeschlossen. 482 davon, die dem Verbande statistische Angaben zur Verfügung stellten, zählten auf diesen Zeitpunkt 146,528 Mitglieder und beschäftigten 2690 Angestellte. Das gezeichnete Anteilkapital belief sich auf rd. Pes. 18,138,000, die Summe der Reserven auf Pes. 12,390,000, der Umsatz auf Pes. 114,638,000 und der Reinüberschuss auf Pes. 6,135,000. Den wichtigsten Bestandteil der Mitgliedschaft des Verbandes stellen die Konsumgenossenschaften dar. Die 343 zur Statistik berichtenden hatten 80,000 Mitglieder, 2020 Angestellte, ein Anteilscheinkapital von Pes. 13,064,000, Reserven in der Höhe von Pes. 9,961,000, einen Warenumsatz von Pes. 90,863,000 und einen Reinüberschuss von Pes. 5,197,000. h.

Genossenschaftliches Seminar

(Stiftung von Bernhard Jaeggi.)

Zu folgenden im Jahre 1936 stattfindenden Kursen können noch weitere Anmeldungen entgegengenommen werden:

Kurs zur theoretischen und praktischen Weiterbildung von Verkaufspersonal in Konsumgenossenschaften der französischen Schweiz (in französischer Sprache): vom 13. April bis 24. April 1936.

Kurs für das Genossenschaftswesen: vom 23. August 1936 bis 5. September 1936:

a) für Mitglieder von Frauenkommissionen und für Hausfrauen: vom 23.—26. August 1936;

b) für Verkäuferinnen von Konsumgenossenschaften: vom 27.—31. August 1936;

c) für Verwalter, Vorstandsmitglieder, Revisoren, Propagandisten und Mitglieder von Kreisvorständen: vom 1.—5. September 1936.

Die übrigen früher publizierten Kurse des laufenden Jahres sind vollauf besetzt.

Sämtliche Kurse sind unentgeltlich; ausserdem werden die von auswärts kommenden Kursteilnehmerinnen und Kursteilnehmer im Freidorf kostenlos verpflegt und logiert.

Anmeldungen sind der Leitung des Genossenschaftlichen Seminars (Dr. B. Jaeggi, Freidorf bei Basel) so bald als möglich einzusenden. Zu weiterer Auskunft ist die Seminarleitung jederzeit recht gerne bereit.

Aus unserer Bewegung

Aus unseren Verbandsvereinen.

Der Lebensmittelverein **Zürich** hat sich ganz besonders, und, wie seine Gesamtentwicklung zeigt, nicht zu seinem Schaden, zur Aufgabe gemacht, die Vermittlung der Eigenmarke Co-op zu fördern. Nachdem er schon 1934 den Umsatz in diesen Artikeln von rd. Fr. 755,000 auf Fr. 843,000 hatte steigern können, verzeichnet er 1935 eine neue Erhöhung auf Fr. 915,000, so dass nun angenommen werden darf, dass, insofern keine Hemmungen eintreten, im laufenden Jahre die erste Million erreicht werden wird.

Wiederum geben einige Verbandsvereine Umsatzziffern bekannt. Wir führen sie hier lückenlos an, um nicht den Verdacht zu erwecken, dass wir nur «den Rahm oben abschöpften»:

	1935	*1934*
Baden (Kalenderjahr)	1,984,500	1,970,800
Erstfeld (Kalenderjahr)	1,364,700	1,283,800
Gerra-Gamb. (Kalenderjahr)	102,700	95,500
Möhlin (Kalenderjahr)	198,600	204,300
Müllheim (Kalenderjahr)	50,400	52,400
Weinfelden (Juli/Dezember)	221,600	217,200
Aarberg (September/Dezember)	84,700	80,600
Lachen (September/Dezember)	177,100	161,100
Langenthal, K. G. (September/Dezember)	353,800	356,500
Langenthal, G.-Metzgerei (Sept./Dez.)	42,200	33,000
Roggwil (B.) (September/Dezember)	109,000	98,800
Thörishaus (Oktober/Dezember)	20,910	19,160

Besonders erfreulich ist die reichlich ein Viertel betragende Umsatzzunahme der Genossenschafts-Metzgerei **Langenthal**, ist sie doch der beste Beweis dafür, dass die längere Zeit hintertriebene Gründung wirklich einem Bedürfnis der Bevölkerung entsprach.

Der Allgemeine Konsumverein **Luzern** gibt, nicht weil es ihm daran liegt, «von seinen Leistungen, die jedes Mitglied nachkontrollieren kann, viel zu reden», sondern weil man nun einmal, will man nicht ins Hintertreffen kommen, Modeströmungen doch bis zu einem gewissen Grade mitmachen muss, einige Angaben über seine sozialen Leistungen der letzten fünf Jahre. Danach verabfolgte er in diesem Zeitraum an bedürftige Mitglieder Waren im Gesamtwert von Fr. 16,400, gewährte er «nicht Hopla-Ferien, sondern eine Gratisferienwoche» in derselben Zeit an nicht weniger als 131 Personen, zahlte er 1931—1935 in Sterbefällen an 296 Familien insgesamt Fr. 28,300 Sterbegelder aus und vergabte er schliesslich jeweilen auf Weihnachten innert der fünf Jahre zusammen Fr. 64,200.

Dem oft erhobenen Vorwurf, er berücksichtige bei seinen Vergebungen die Firmen auf dem Platze nur in geringem Maße, begegnet der Konsumverein **Winterthur** mit der zweifelsohne schlagenden Antwort, dass er selbst im Jahre 1935 für 1,1 Millionen Franken Waren aus seinem Einzugsgebiete bezogen habe, dass aber vor allem der V. S. K., der ja die Einkäufe der Genossenschaft von Winterthur weglenke, nach Winterthur für seine eigenen Einkäufe Zahlungen in der Höhe von über 7 Millionen Franken geleistet habe, was den gesamten Umsatz des K. V. Winterthur um etwa 1¼ Millionen Franken hinter sich lasse. Ausserdem habe die Genossenschaft in den Jahren 1929—1935 innerhalb des Einzugsgebietes für annähernd 3 Millionen Franken Arbeiten vergeben. Somit stelle die geschäftliche Tätigkeit des K. V. für Winterthur im Grunde genommen einen Aktivbeitrag an die «Zahlungsbilanz» der Stadt dar.

Dieselbe Genossenschaft hatte seinerzeit anlässlich der Zollerhöhung den neuen Preis sofort auch auf die noch vorhandenen Zuckervorräte in Kraft treten lassen, den dadurch erzielten «Konjunkturgewinn» aber auf einem besonderen Konto für einen wohltätigen Zweck reserviert. Nun lässt er diesen Gewinn in der Form von 3000 Kilo Gratisbrot arbeitslosen Mitgliedern zugute kommen.

Die hauswirtschaftlichen Veranstaltungen begegnen auch noch in der zweiten Hälfte des Winterhalbjahres lebhaftem Interesse. **Schaffhausen** kündigt einen neuen Strickkurs an, **Uzwil** gewährt seinen weiblichen Mitgliedern die Möglichkeit, sich für das Anfertigen und Flicken von Knabenhosen Anleitung geben zu lassen, **Winterthur** nimmt Anmeldungen für einen Nähkurs entgegen, und **Vevey** setzt je einen weiteren Kochkurs in Vevey und Montreux an.

Die Konsumgenossenschaft **Diessbach** und Umgebung betrauert den Tod ihres erst angesichts der Verschlimmerung seines Leidens vom Amte zurückgetretenen Präsidenten, Ernst Knuchel-Hofer. Der Verstorbene war 1889 geboren, während sechs Jahren in der Konsumgenossenschaft Büren a. A. und nach seiner Übersiedlung nach Dotzigen in der Konsumgenossenschaft Diessbach und Umgebung, zunächst als Rechnungsrevisor und später als Vorstandsmitglied und Präsident tätig gewesen. — Den Betroffenen unser herzliches Beileid (Red.).

Angesichts des steten Anwachsens der Ausstände beschloss der Vorstand des Konsumvereins **Schiers**, in Zukunft dem Grundsatz der Barzahlung nicht nur in den Statuten, sondern auch in der Praxis strenge nachzuleben. Da Kreditgewährung auch in schweren Zeiten, wie wir sie heute durchmachen, weder dem Kreditnehmer noch dem Kreditgeber einen wirklichen Nutzen bringen kann, begrüssen wir diesen Beschluss aufs allerentschiedenste.

Die Spezereihändler und der Konsumverein in **Niederlenz** schliessen vom 3. Februar an auf Grund einer freiwilligen Vereinbarung die Läden an gewöhnlichen Werktagen um 7 Uhr und an Samstagen um 8 Uhr abends. Nicht ebenso einfach scheinen die Verhältnisse in **Malleray** zu liegen. Hier richten vielmehr eine Anzahl Stimmberechtigter auf Anregung der Konsumgenossenschaft an die Gemeinderäte von Malleray und Bévilard, d. h. zweier der drei Gemeinden, in denen sich Verkaufsläden der Genossenschaft befinden, die Eingabe, ein Reglement zu erlassen, das einen einheitlichen Ladenschluss vorsieht und die Offenhaltung der Läden an Sonntagen verbietet.

Gestützt auf eine Anregung aus Mitgliederkreisen prüfte der Consumverein **Chur** die Frage einer teilweisen Motorisierung seines Fuhrdienstes, kam aber schliesslich zu einem negativen Entscheid, und zwar in erster Linie zur Vermeidung einer Ausschaltung von Arbeitskräften und anderseits auch aus Rücksichtnahme auf die schwer um ihre Existenz ringenden Transportanstalten.

In **Oensingen** bot ein Händler seinen Kunden bei Abnahme von 5 Kilo Fischfilets auf einmal 1 Flasche Malaga gratis an. Die Konsumgenossenschaft am Platze rechnet nun ihren Mitgliedern vor, was sie bei einem Eingehen auf dieses Angebot gewinnen können, bezw., richtiger gesagt, verlieren. Die 5 Kilo Fischfilets kosten bei dem betreffenden Händler Fr. 10.—, bei der Genossenschaft aber unter Berücksichtigung der Rückvergütung nur Fr. 6.75, d. h. Fr. 3.25 weniger. Für dieses Geld kann man sich aber mehr als einen Liter Malaga selbst guter Provenienz kaufen. Wieder einmal ein Beweis dafür, wie teuer man diese sogenannten Geschenke bezahlen muss, und wie sehr man Grund dazu hat, diesen «geschenkten Gäulen ins Maul zu schauen». h.

Biel. Die Konsumgenossenschaft hat im II. Semester 1935 gegenüber der gleichen Periode des Vorjahres eine Umsatzvermehrung von Fr. 110,000.— aufzuweisen. In der Uhrenindustrie hat der Beschäftigungsgrad etwas zugenommen, allerdings zu sehr stark reduzierten Löhnen. Der durch die Gemeinde erstellte Bau der Automobilfabrik «General Motors», im Kostenbetrage von zwei Millionen Franken, hat dem Baugewerbe willkommene Arbeit gebracht. Die ganz nach modernen Prinzipien erstellte Fabrikanlage macht einen vorzüglichen Eindruck. Der Betrieb wurde im Januar aufgenommen. Es werden Personenwagen hergestellt, wobei viele Arbeiten sich am laufenden Band abwickeln.

Im Aarekanal bei Nidau haben die Arbeiten für das neue Stauwehr begonnen, welche für zwei Jahre etwa 200 Männern Beschäftigung bieten. Sonst ist im Baugewerbe ein fühlbarer Stillstand eingetreten, der die günstigen Auswirkungen obiger Arbeitsgelegenheiten abschwächt.

Der Genossenschaftsrat der Konsumgenossenschaft versammelte sich am 25. Januar zur Vornahme von zwei Ersatzwahlen in den Verwaltungsrat, an Stelle des so plötzlich verstorbenen langjährigen Mitgliedes Hr. Jakob Zimmermann, dessen Andenken durch Erheben von den Sitzen geehrt wird, sowie für den nach Bern übergesiedelten Hrn. Jules Suter. Es wurden gewählt die HH. Joh. Gruber, Buchhalter, und Jean Casagrande, Uhrmacher. In das Bureau des Genossenschaftsrates wurde als Vizepräsident neu gewählt Hr. Joh. Käser, Buchhalter, und in die Kontrollstelle Hr. Karl Jörin, Commis, an Stelle von Hrn. Gruber.

Um unsere Statuten in bezug auf die Sparkasse den neuen Bestimmungen des Bankengesetzes anzupassen, wurde beschlossen, eine Teilrevision vorzunehmen und auch die Bestimmungen betr. die Kreisorganisationen und die Frauenkommission neu zu ordnen. Es ist beabsichtigt, die Kreisorganisationen aufzuheben, ohne damit auf gelegentliche Propagandaversammlungen zu verzichten. An Stelle der Frauenkommission soll ein genossenschaftlicher Frauenverein treten, der nicht als Organ der Genossenschaft gedacht ist, sondern als selbständige Organisation zur Förderung der Interessen der Genossenschaft. Frau Ryser orientierte die Versammlung über die Ziele ihres neuen Projektes. Im Vordergrund der Tätigkeit würde die Behandlung hauswirtschaftlicher Fragen stehen unter Berücksichtigung der von der Genossenschaft vermittelten Waren.

Auf spezielle Einladung hielt hierauf Herr Redaktor Heeb aus Zürich einen Vortrag über das Migros-Problem. Das sachkundige Referat gab einen interessanten Einblick in die Entstehung und Organisation dieses kapitalistischen Gross-Unternehmens und die Auswirkungen seiner Tätigkeit auf die Konsumgenossenschaften und das Wirtschaftsleben im allgemeinen. Zweck und Ziel der Methoden, mit welchen dieses Geschäft arbeitet, wurden trefflich klargelegt. Die nachfolgende Diskussion war Beweis für das grosse Interesse, welches das Referat bei den zahlreich versammelten Mitgliedern gefunden hat. Der Vortrag verdiente die warme Verdankung, die ihm zuteil wurde. hw.

Verbilligte Abgabe des Taschenkalenders.

Jedes Mitglied einer Genossenschaftsbehörde und alle, die als Angestellte oder in sonstiger Funktion verantwortlich in einer Genossenschaft tätig sind, sollten im Besitze eines Taschenkalenders des V. S. K. pro 1936 sein. Dieser Kalender enthält eine grosse Reihe wichtiger Angaben über den V. S. K., die Vereine, überhaupt die ganze Genossenschaftsbewegung, vor allem jedoch wichtiges Material für die tägliche Praxis, so dass er für alle Benützerinnen und Benützer eine wirkliche Hilfe bedeutet. Wer wissen will, welche Personen in der Leitung der Verbandsbehörden und der Zweckgenossenschaften sind, wer Mitglied des Verwaltervereins, was der Konsumgenossenschaftliche Frauenbund für eine Institution ist; wer sich über die Ferienheime des V. S. K. orientieren und sich über die Entwicklung der Genossenschaftsbewegung ein Bild machen, wer sich Ratschläge für die Propaganda und Inserierung geben und gute genossenschaftliche Literatur empfehlen lassen will und Auskunft über die eidgenössischen Stempelabgaben, die Getränkesteuer, den Warenhausbeschluss, Posttarife usw. usw. haben möchte, findet eine grosse Fülle der gewünschten Angaben im Taschenkalender. Der Kalender pro 1936 ist zudem typographisch modernisiert worden. Dank seiner Reichhaltigkeit macht er sich immer mehr unentbehrlich.

Für diejenigen, die bis jetzt noch keinen Kalender pro 1936 besitzen, ist Gelegenheit geboten, dies noch nachzuholen. Solange Vorrat werden die vorhandenen Kalender zu einem verbilligten Preis von Fr. 2.— abgegeben. Wir raten allen Interessenten, von diesem vorteilhaften Angebot Gebrauch zu machen und möglichst umgehend die Bestellung an die Genossenschaftsbuchhandlung, Basel, Aeschenvorstadt 67, aufzugeben.

Mühlengenossenschaft schweiz. Konsumvereine (M. S. K.)

Sitzung des Aufsichtsrates vom 1. Februar 1936.

Der Aufsichtsrat der M. S. K. versammelte sich Samstag, den 1. Februar 1936, nachmittags 2 Uhr, in der Mühle, zur Behandlung des Berichtes über das 4. Quartal 1935, sowie des Jahresberichtes und der Jahresrechnung per 31. Dezember 1935.

Anwesend waren 14 Mitglieder des Aufsichtsrates, der Ersatzmann Herr F. Huber/Uzwil, sowie die drei Mitglieder der Direktion.

Jahresbericht und Jahresrechnung pro 1935 wurden einstimmig zur Weiterleitung an die Generalversammlung genehmigt. Diese wird auf 22. März 1936, vormittags 10 Uhr, ins Restaurant «Du Pont», in Zürich, einberufen.

Die Jahresrechnung hat ordnungsgemäss abgeschlossen, und es sollen aus dem Ertrag von Fr. 103,971.91 Fr. 100,000.— dem Amortisationsfonds zugewiesen und Fr. 3971.91 auf neue Rechnung vorgetragen werden.

Der Aufsichtsrat beantragt, die Anteilscheine pro 1935 wiederum mit 5% zu verzinsen.

Der gedruckte Bericht, nebst der Tagesordnung für die Generalversammlung, wird im Laufe der nächsten Woche in gewohnter Anzahl den Mitgliedern zugestellt.

Verwaltungskommission

1. Der Kreisverband X übermittelt uns seine Jahresrechnung pro 1935. Die Zentralbuchhaltung wird mit der Ueberweisung des statutengemässen Beitrages des V. S. K. pro 1936 beauftragt.

2. Dem Genossenschaftlichen Seminar (Stiftung von Bernhard Jaeggi) sind von der Siedelungsgenossenschaft Freidorf Fr. 2000.— als Entschädigung für geleistete Arbeiten im Jahre 1935 überwiesen worden. Diese Vergabung wird bestens verdankt.

Bibliographie

(Die hier angegebene Literatur ist leihweise erhältlich bei der Bibliothek des V. S. K., Basel, Thiersteinerallee 14.)

Eingelaufene Schriften.

Allgemeine Gipser- und Malergenossenschaft Basel: Denkschrift zum 25jährigen Bestehen. 1909-1934. 16 S.

Banque Belge du Travail: Rapports: Années 1925, 1926, 1927 et 1928. 31, 35, 33 und 35 S.

— Règlement des principales opérations faites par la Banque. 44 S.

— Statuts. 17 S.

Barrault, H. E. & Alfassa, M.: Coopération et socialisme en Angleterre. 128 S.

Berger, Dr. jur. und phil. — Donau, W.: Arbeitsnachweisgesetz vom 22. Juni 1922. Berlin/Stuttgart, 1922. 159 S.

Berthelot, Marcel: Les Conseils d'entreprise en Allemagne. 144 S.

Bertrand, Louis: Edouard Anseele. Sa vie — son œuvre. 1925. 222 S.

Beuttner, Dr. P: Der berufsständische Aufbau im schweizerischen Fahrrad- und Motorradgewerbe. 1935. 72 S.

— Der selbständige Lebensmittelhandel im Zeichen des schöpferischen Aufbauwillens. 1935. 10 S.

Bieberitz, Dr. Erich: Konsumgenossenschaften und Landwirtschaft. 1933. 19 S.

Bildungsverband schweiz. Buchdrucker: Buchdruckerkalender 1936. 200 S.

Bonnin, A.: L'Enseignement de la Coopération. Trois plans de leçons contenant les principes, l'historique et les applications pratiques de la Coopération. Paris, 1926. 15 S.

Bourse des coopératives socialistes de France: Almanach de la Coopération socialiste illustré pour 1906. 152 S.

Brugger, Hans: Geschichte der thurgauischen Landwirtschaft und des Thurgauischen landwirtschaftlichen Kantonalverbandes von 1835 bis 1935. 221 S.

Buchner, Dr. Hans: Die sozialkapitalistischen Konsumvereine. München, 1929. 52 S.

Internationales Arbeitsamt: Internationales Arbeits-Jahrbuch 1922. Genossenschaftswesen. 103 S.

Burgenfreunde beider Basel: Pro Castellis. Wehret dem Verfall der Burgen. Unterstützt die Kulturarbeit des Schweizerischen Burgenvereins. 7 S.

Centrosojus: Bericht über die Tätigkeit im Jahre 1934. 20 S.
Cherix, Paul: Les sociétés coopératives de consommation. Montreux, 1925. 103 S.
Choquet, André: L'Union coopérative d'Amiens. 1935. 155 S.
Colombain, M.: L'hygiène rurale et les coopératives sanitaires en Yougoslavie. Genève, 1935. 23 S.
Consumers' Cooperative Services Inc.: Annual Report 1934-1935. 14 S.
Co-operative Wholesale Society: The People's Year Book 1936. Manchester/Glasgow. 358 S.
Co-operative Union Limited: 64th, 65th, 66th & 67th Annual Co-operative Congresses. Manchester. 818, 721, 765 und 741 S.
Daudé-Bancel, A.: L'Utilisation alimentaire des fruits. Vannes, 1931. 31 S.
Daudé-Bancel, A. et Meyer, Sam: La Réforme foncière. Suresnes/Bruxelles, 1933. 35 S.
Det Kooperative Faellesforbund i Danmark: Statistische Angaben über 1934. 7 S.
Dick, Dr. Ernst: Was versteuert unsere Produktion, und wie lässt sie sich verbilligen? 16 S.
Eidgenössische Preiskontrolle: Wein- und Süssmostpreise im schweizerischen Gastgewerbe. Erhebungen 1933/34. 111 S.
Elbel, Paul: Le Projet de trève douanière et la Convention de Genève du 24 mars 1930. Paris. 30 S.
Eschbach, Walter, und Barthel, Max: Frohe Stunden. Leitfaden für Familienabende, Frauennachmittage und Kinderfeierstunden der Genossenschaften mit Vortrags- und Spielmaterial. 1934. 128 S.
Fauquet, Dr. G.: Principaux types de relations coopératives entre producteurs et consommateurs de produits agricoles. Genève. 17 S.
Fédération générale des Unions coopératives dans le Royaume de Yougoslavie, Beograd: Compte rendu pour l'année 1934. 55 S. plus 5 Tabellen.
Fédération nationale des Coopératives de consommation: Quatre programmes de fêtes coopératives suivis d'un index des œuvres citées dans le texte. Paris, 1923. 16 S.
Fischer, Dr. Alois: Historisch-statistisches Handbüchlein. Wien-Leipzig, 1935. 66 S.
Fontaine, Henri: Des remèdes à la hausse des changes et à la hausse des prix de la vie. Paris, 1926. 46 S.
Freuler, W.: Migros auf der Wertwaage. Kritik der statistischen Darstellung in der Broschüre: «Migros und Wirtschaft. Positive Vorschläge zur Sanierung des Lebensmittelhandels.» 16 S.
Gaumont, Jean: Les Fouriéristes et le mouvement précoopératif. Paris, 1926. 46 S.
— Le mouvement ouvrier d'association et de coopération à Lyon, L'Avenir régional, Société coopérative fédérale de fusion. 163 S.
Gide, Charles: La Coopération et l'Ecole primaire. 1927. 24 S.
— La Coopération en Palestine. 11 S.
— La Coopération. Conférences de propagande. 1900. 322 S.
— Les sociétés coopératives de consommation. Paris, 1904. 199 S.
— La Russie soviétique. 1924. 68 S.
Gide, Charles, et Daudé-Bancel: De la lutte contre la cherté par les organisations privées. 86 S.
Grosseinkaufsgesellschaft deutscher Konsumvereine, Hamburg: Bericht über 1902 und Protokoll der Generalversammlung vom 19./20. Mai 1903 zu Dresden. 95 S.
Guisan, Dr. André: Les premiers secours en cas d'accidents. Avec 36 figues dans le texte. 83 S.
Gysin, Arnold: Ergebnisse und Erfordernisse der Revision des Genossenschaftsrechts. Basel, 1931. 95 S.
Handschin, Hans: Les boulangeries coopératives suisses. Résultats d'une enquête faite en 1934 sur l'état des boulangeries affiliées à l'Union suisse des coopératives de consommation (U. S. C.). Bâle, 1936. 52 S.
Henriet, A.: La Classe ouvrière et la Coopération. Paris, 1911.
Henzler, Dr. Reinhold: Erneuerung des deutschen Genossenschaftswesens. Berlin, 1934. 40 S.
Horn, Dr. Max: Die Steuerbilanzen der Genossenschaften. Hamburg, 1935. 79 S.
Ibach, Dr. jur. K.: Die Mieterschutz-Verordnung und Praxis des Mietamtes. Ein Ratgeber für Mieter. Basel. 42 S.
Internationaler Genossenschaftsbund· Internationaler Genossenschaftskongress Glasgow, 1913. 90 S.
«Co-opaganda»: The First Handbook of the Ten Year Plan. Manchester, 1935. 16 S.
Jones Frank: Hours and Wages Boards. Manchester, 1935. 27 S.
Krake, Fritz: Die Warenpflege, Ratschläge und Lehrsätze zur zweckmässigen Lagerung und Behandlung der Lebensmittel. Berlin-Wilmersdorf. 271 S.
Kraks Legat: Export Directory of Danmark 1936. 319 S.
Landwirtschaftliche Zentralgenossenschaft: Deutscher Genossenschafts-Kalender für 1936. Lovrin. 223 S.
Lavergne, Bernard: Les Régies coopératives. Paris, 1927. 329 S.
— Philosophie et avenir de l'ordre coopératif. Paris, 1928. 18 S.
Lavergne, Professor Dr. Bernard: Die Regiegenossenschaft, eine neue Unternehmungsform. Jena, 1930. 25 S.
Lersch, Heinrich: Die Pioniere von Eilenburg. Roman aus der deutschen Arbeiterbewegung. Berlin, 1934. 316 S.

Arbeitsmarkt

Angebot.

Junger, tüchtiger und **zuverlässiger Kaufmann** sucht Stelle in Konsumverwaltung. Deutsch und französisch in Wort und Schrift. Offerten unter Chiffre G. B. 20 an den V. S. K., Basel 2.

Bäcker-Konditor, durchaus selbständig, sucht Stelle in Konsumverein. Eintritt nach Belieben. Gute Referenzen stehen gerne zu Diensten. Offerten unter Chiffre A. S. 21 an den V. S. K., Basel 2.

Solider, kräftiger Bursche, 23 Jahre alt, sucht Stelle als **Magaziner.** Offerten sind zu richten unter Chiffre E. B. 22 an den V. S. K., Basel 2.

30jähriger, verheirateter **Bäcker-Konditor** sucht Stelle in Konsumbäckerei. Suchender war schon in Konsumbäckerei als Aushilfe tätig. Offerten unter Chiffre M. B. 24 an den V. S. K., Basel 2.

Junge Tochter sucht auf Frühjahr eine **Lehrstelle in Konsum.** Offerten erbeten unter Chiffre T. M. 25 an den V. S. K., Basel 2.

Tochter, 19 Jahre alt, welche die Lehrzeit in einem Konsum absolviert hat, sucht Stelle als **Verkäuferin** in Konsumverein. Zeugnis zu Diensten. Offerten erbeten an Elsa Hunziker, Jurablick, Kölliken (Aarg.).

Bäckermeister, gesund und rüstig, Mitte der 40er Jahre, wünscht sich per Gelegenheit zu verbessern in führender Stellung oder als Alleinbäcker. Anfangsgehalt minim. Fr. 400.— monatlich erwünscht. Eventuell Fixum und Provision. Offerten erbeten unter Chiffre H. Z. 26 an den V. S. K., Basel 2.

Genossenschafter wünscht seinen 22jährigen Sohn, mit guter kaufmännischer Bildung, welcher seit 3 Jahren in allen Gebieten der Schuhbranche tätig ist, als **Schuhfilialleiter** oder **Etagenleiter** in Konsumverein zu placieren. Zeugnisse zu Diensten. Auf Verlangen kann Kaution gestellt werden. Offerten unter Chiffre P. N. 27 an den V. S. K., Basel 2.

Junge Welschschweizerin, mit guten Kenntnissen in der deutschen Sprache, sucht Stelle in Konsumgenossenschaft zwecks Vervollkommnung in der deutschen Sprache. Offerten erbeten unter Chiffre H. A. 6 an den V. S. K., Basel 2.